

科技新秀 满电出发

2025年度 3C数码行业趋势白皮书

3C Digital Industry Trends White Paper 2025



目录

CONTENTS



前言

洞察趋势，把握机遇

技术革新与消费变迁碰撞市场新机遇

01

四源共济，稳中有进

3C数码行业宏观趋势分析

02

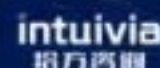
源启新象，场聚万物

从技术到场景，五大消费趋势为品类扩容注入新动力

03

聚力同行，共启新程

天猫3C数码趋势营销解决方案



前言

近年来，3C数码行业呈现出新的发展特征。市场数据显示，消费者在关注产品性能参数的同时，对技术应用场景的重视程度显著提升。AI产品在生产效率提升场景的应用、运动相机在户外运动场景的应用、降噪耳机在通勤场景的功能实现、智能手表作为穿戴配饰的延伸价值等案例表明，产品使用场景正成为影响消费决策的重要因素。

从市场表现来看，2024年淘系平台3C数码行业呈现结构性增长特征：超过30个细分品类实现双位数增长，其中既包括手机、笔记本电脑等传统优势品类，也涵盖AI音频眼镜、户外智能装备等新兴品类。值得注意的是，同一使用场景下的关联品类消费呈现协同效应，反映出场景化消费模式的兴起。

社交媒体在消费决策中的影响力持续增强。消费者行为研究表明，产品测评、场景化展示和圈层口碑等传播形式，对购买转化具有显著促进作用。在此背景下，行业需要关注三个关键议题：细分市场的机会识别、基于内容的消费者信任建立，以及产品功能到场景解决方案的转化。

《2025天猫3C数码年度趋势》报告从“智能办公、电竞娱乐、摄影记录、户外出行和电子穿搭”五大典型场景切入，通过分析技术创新与消费需求的互动关系，梳理高潜力品类的发展逻辑，并从人群经营、供给经营、场景经营与产品创新等维度提出发展建议。该报告旨在为行业参与者提供市场洞察和策略参考，助力把握行业发展机遇。

01 四源共济 稳中有进

3C数码行业宏观趋势分析

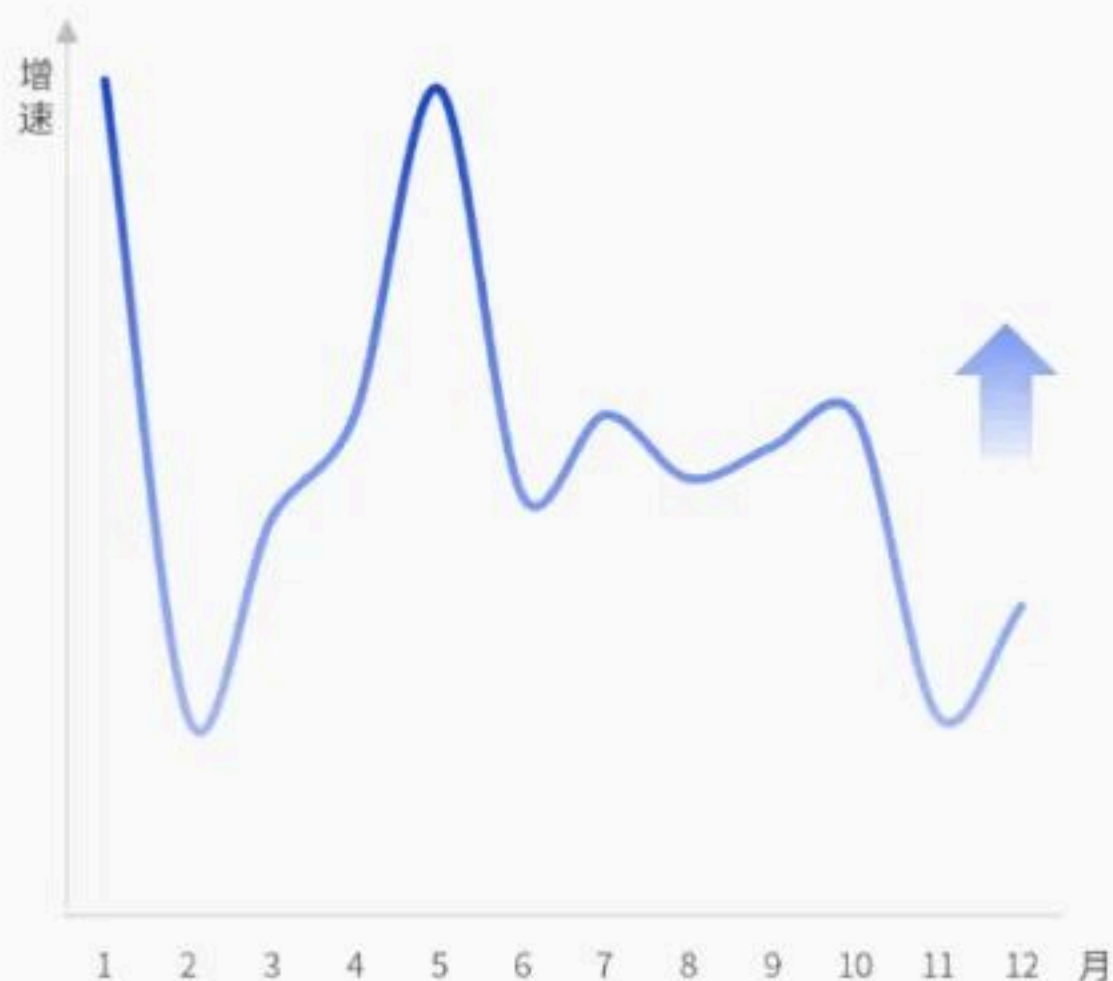


2024年淘系3C数码生意大盘稳中有进，细分类目迎来增长新机

2024年淘天3C数码行业，双位数增长的细分类目超30个，其中手机、笔记本、平板电脑和智能穿戴等成熟品类稳定增长，运动相机、降噪耳机、AI音频眼镜等新趋类目增速超大盘，整体呈现“稳中有进、新机迸发”的增长态势。

2024全年淘天3C数码 市场生意保持两位数增长

2024年淘天3C数码整体市场销售额同比增长（逐月）



30+类目双位数增长，TOP增长类目辐射AI、电竞、 户外出行、摄影、数码穿戴场景

高增长类目词云



* 文字大小反映2024年淘天平台上该品类的销售额增幅

TOP5 高增长类目



* 火花数量反映2024全年该品类在淘天平台的增长趋势

新政策助力、新技术革新、新供给需求，为消费市场提振注入活力

01

新政策推动

- 2025年国家补贴上线
- 地方文旅持续升温
- 淘天政策加码扶持优质商家及重点新品



02

新技术革新

- 国产AI大模型火热
- 以宇树为代表的人形机器人产品亮相春晚
- 折叠屏超薄技术应用



03

新供给落地

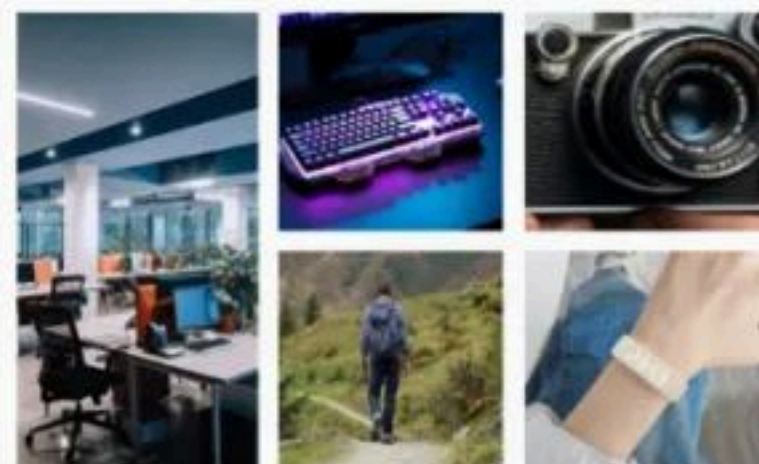
- 黑科技新品
智能同传翻译耳机
- 场景化专业设备
开放式运动耳机
- 极致性能新品
英伟达RTX50系显卡上市



04

新需求涌现

- AI办公提效
- 电竞极致性能
- 随手影像创作
- 运动智能出行
- 个性数码配饰



2025年3C类国家补贴计划上线，拉动3C类电子消费换机需求

天猫积极配合落实“国家补贴”政策 激发平台用户换机需求



2025年1月20日起，商务部等五部门办公厅发布的《手机、平板、智能手表（手环）购新补贴实施方案》正式实施。个人消费者购买手机、平板电脑、智能手表（手环）等3类数码产品，单件价格不超过6000元的，可享受最高15%的补贴，每件最高补贴500元。

淘宝APP上线“国家补贴”运营阵地及相关优惠活动



参与国家补贴的品类在淘天迎来快速增长

2025 国家补贴的3C数码品类

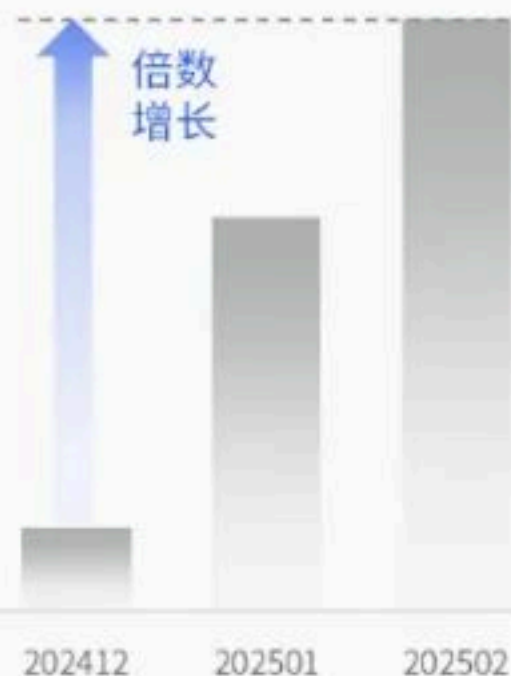


国家补贴品类 在淘天迎来快速增长

+3X%

淘天手机/平板电脑/智能穿戴等补贴类目
销售环比, 2024.12-2025.2

2024.12-2025.2
淘天“国家补贴”搜索热度环比



2024.12-2025.2
“国家补贴”相关社媒话题声量及环比

数码 国家补贴	13万+	+972%
手机 国家补贴	12万+	+1864%
平板电脑 国家补贴	2万+	+1377%
笔记本电脑 国家补贴	8千+	+151%
智能穿戴 国家补贴	6千+	+339%

产业稳步升级与消费需求的深度细分，共筑品类增长强劲引擎

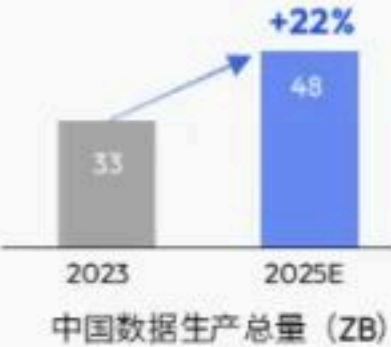
以AI大模型为代表的新趋技术逐步成熟，消费电子硬件市场未来竞争向新趋技术应用、细分市场需求满足程度转移。

人工智能产业链

上游

芯片制造 | 数据设备 | 云计算服务

我国数据生产规模大
增长速度快，数据基础增强



中商产业研究院，2025

中游

大模型开发 | 算法框架

中国AI大模型行业
正处于爆发式发展阶段



艾媒咨询，2024

下游

软件应用开发 | 硬件制造

多项新技术落地终端硬件
诞生数码“新物种”

2024年度合成
算法备案共涉及
962个APP

上述App备案的行业提及占比

行业	占比
教育学习	12%
拍照美化	12%
商务办公	6%

实时传译



软硬件交互



QuestMobile，2025

国常会重磅部署 促进“人工智能+消费”

2025年2月10日国务院召开的常务会议指出，要强化消费品牌引领，支持新型消费加快发展，促进“人工智能+消费”、健康消费等，持续打造消费新产品新场景新热点。

双螺旋驱动产业发展

Tech 新技术

技术突破
性能提升
功能创新
材料革新

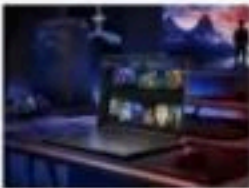
Moment 新场景

工作场景
生活场景
学习场景
兴趣场景

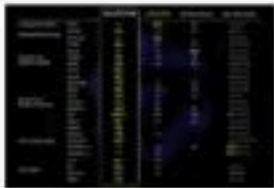
技术

场景

人工智能技术革新，在国内正蓬勃发展



2024年1月9日
10余款AI PC电脑亮相CES



2024年8月30日
通义千问发布第二代视觉语言模型



2025年1月7日
RTX 50系显卡公布



2025年1月29日
宇树机器人亮相春晚

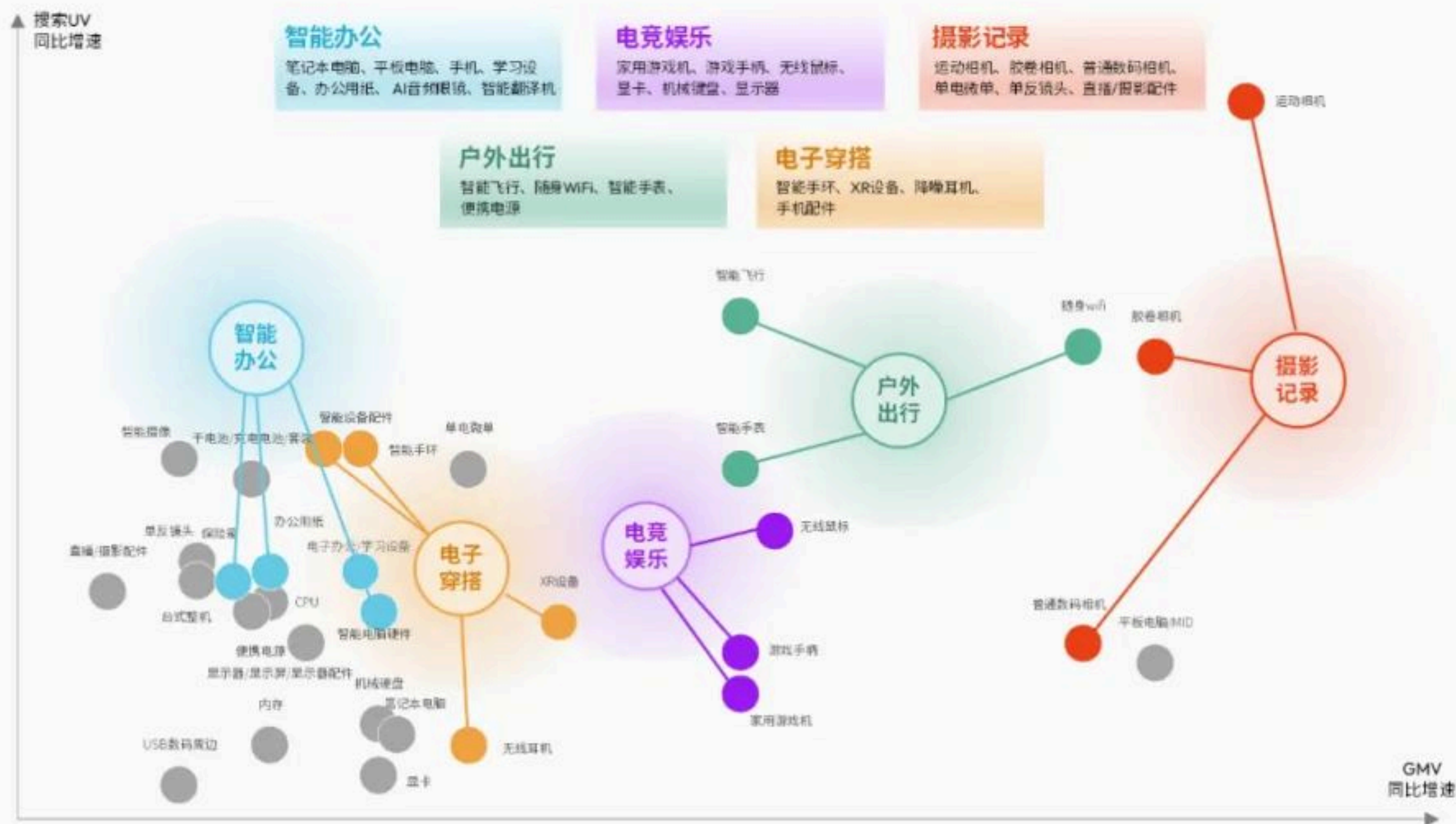


2025年春节期间
DeepSeek引发“赛博算命”热

2024年3C数码的消费结构呈场景聚拢趋势

在电竞娱乐、智能办公、户外出行、摄影记录以及电子穿搭场景的消费中，相关品类在搜索及成交增速上均获提升。

2024年 淘天3C数码细分类目成交及搜索同比增速



消费者决策行为受场景因子影响，更加注重情感体验、即时满足

品牌可通过细分场景、情感共振及兴趣导向的营销策略，与消费者建立更深层次的情感连接，为驱动消费者购物决策做准备。

从“性价比”到“心价比”

购买决策与支付逻辑更趋理性与感性并存

- 购买驱动力升级：为热爱买单
- 决策路径升级：多触点激发
- 支付逻辑升级：当花则花



场景化消费兴起，兴趣与情感共鸣激发购买

数码产品从工具属性转向生活方式表达



从“我需要”
到“我喜欢”

场景化消费兴起，通过数码产品表达自我和生活方式

产品	场景	社媒热议
Vlog相机	美好生活记录	# 随走随拍+27% (社媒声量) 一推即拍变社交货币
折叠屏手机	日常穿搭点睛	# 折叠屏壁纸+285% (社媒声量) 大外屏好看 也好用

情感共鸣和体验都成为激发购买的重要动因

“情绪经济”

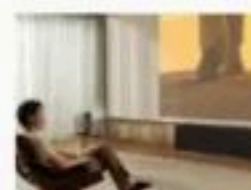
“体验先行”



疗愈音乐+239%
(社媒声量)



演唱会拍摄神器+1,160%
(社媒声量)



线下：极米投影仪在商场
打造家庭影院吸引体验



线上：特定人群更关注
耳机佩戴舒适度



多触点
即时转化



该省省
该花花

基础需求极致性价比，愿为兴趣消费支付溢价

中国年轻消费者

功能性产品 → 期待返璞归真
兴趣消费* → 愿投入更多

*指那些能承载“情绪和价值观”的产品

《2023消费市场年轻人兴趣消费趋势报告》

“为‘爱’种草”现象普遍



因游戏《黑神话：悟空》
更换高配电脑

“PC版的这套配置虽然贵，
但无奈自己是真的喜欢，是
断入手不纠结”

同场景中购物决策呈现“关联购买、兴趣激发、买的更多”等特征

场景兴趣人群平均拥有的数码设备数量高于大众用户，受兴趣激发能容易购买其他关联产品。

为热爱买单，且买得多

兴趣人群拥有更多数量的数码产品

受调研的3C数码用户平均拥有4款数码产品



为了玩4K全特效的游戏，咬咬牙上了顶配主机显卡和显示屏。朋友笑我至于吗，但开最高画质那光影和流畅感……只能说懂的都懂！



*以上数值TGI均>100

关联品类更有意向购买

高频消费者受场景推动更有购买关联产品的偏好



下单决策受兴趣和技术双驱动



不同场景的种草沟通内容偏好

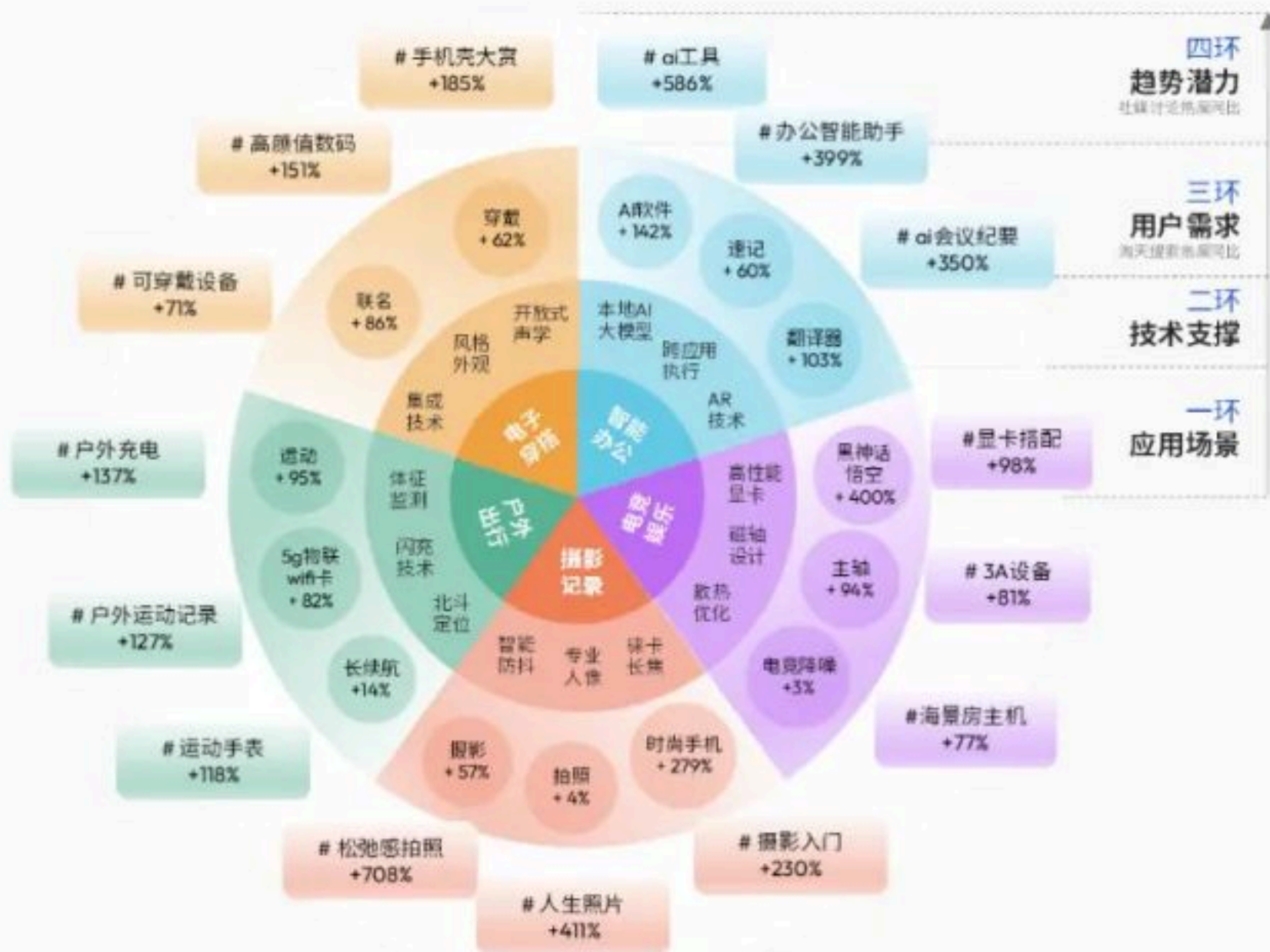
	优先沟通	次要沟通
智能办公	技术趋势 TGI=106	产品功能 TGI=106
电竞娱乐	技术趋势 TGI=106	品牌/代言 TGI=174
摄影记录	产品功能 TGI=105	性价比 TGI=105
户外出行	产品口碑 TGI=108	性价比 TGI=105
电子穿搭	外观颜值 TGI=108	性价比 TGI=105

技术革新与需求场景融合，衍生3C数码行业五大消费趋势

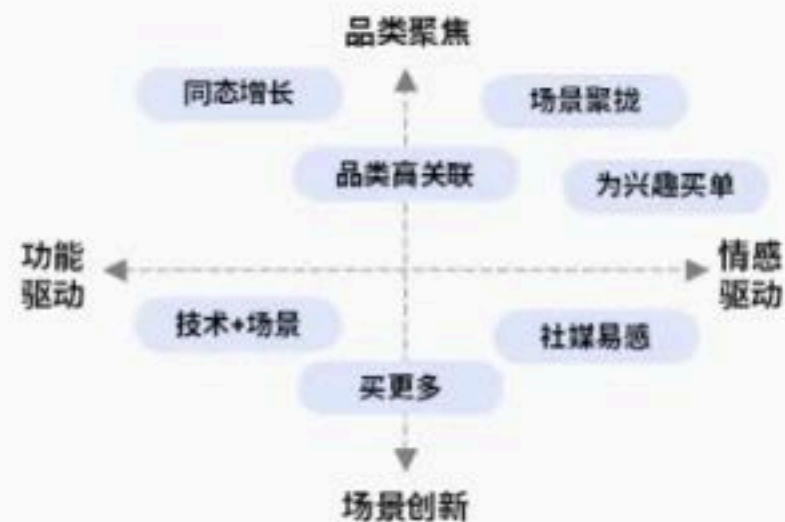
从功能刚需到情感满足，技术与场景结合激发更大的市场潜力。

2025年3C数码五大核心消费场景：智能办公、电竞娱乐、影像记录、户外运动、时尚穿搭。

2025 3C数码趋势场景罗盘



五大趋势总结出提炼词



趋势特征1

技术与消费场景融合，双向推动细分市场聚拢增长

趋势特征2

同场景中关联品类之间呈现高渗透、同增长态势

趋势特征3

消费者购物从功能消费向场景消费转移，买的更多

趋势特征4

消费决策更社媒易感，细分圈层兴趣推荐、内容种草与口碑积累更有利于形成转化

五大趋势场景下，消费者需求呈现细分节点及关联品类的偏好差异

各核心场景背后，可承接的核心供给品类丰富多元。结合社媒趋势，五大核心需求未来增长潜力巨大，将带动品类协同进化。



02 源启新象 场聚万物

从技术到场景
五大消费趋势为品类扩容注入新动力



2025

天猫3C数码五大趋势

#AI新效派



淘内GMV增速
+49%

相关社媒热度
+369%

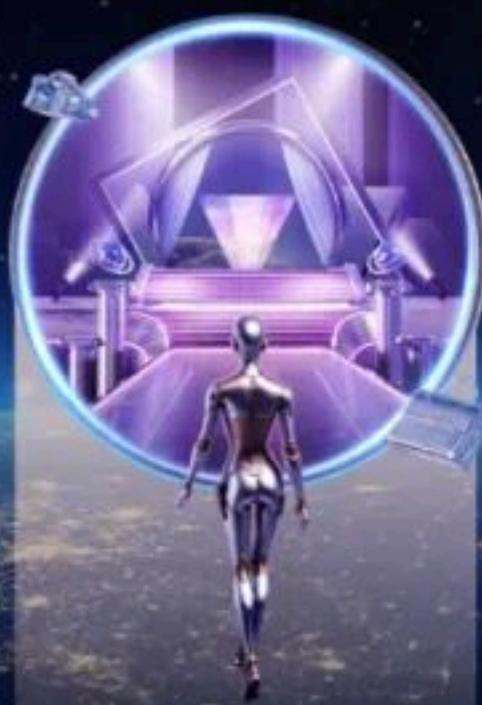
#电竞美学家



淘内GMV增速
+41%

相关社媒热度
+116%

#灵感大境界



淘内GMV增速
+47%

相关社媒热度
+150%

#电子野出趣



淘内GMV增速
+42%

相关社媒热度
+114%

#数码时髦精



淘内GMV增速
+45%

相关社媒热度
+124%

“AI智能体”赛道迎来多元增长，生产力提效在办公场景下需求显现

社媒趋势中“AI生产力提效”的相关话题讨论度持续走高，AI智能体硬件围绕「知识检索、文生内容、智能助手、情绪陪伴」的需求满足，为消费者日常高效工作生活赋能。

“AI智能体”硬件落地更多应用形态
关联品类结合AI技术激活市场需求，开辟增量市场

当前淘系平台热门AI硬件产品及功能卖点

AI关联品类生意规模及增速

2024年相关场景的社媒话题声量趋势

AI手机

三星手机



- 跨应用执行链，即圈即搜
- 会议助手，智能文案撰写
- 绘图助手，音频橡皮擦

超拟人AI助理
隐私保护

AI电脑

联想 笔记本电脑



- AI芯片，算力升级
- 天禧智能体搭载DeepSeek-R1联网模型与本地模型，丰富AI功能随心用

个人智能体
本地AI算力

AI眼镜

雷鸟智能眼镜



- EIS算法稳定画面
- 全场景智能搜索，实时问答
- AI电台主播，个性化歌单定制

AI拍照
AI助手/音频交互

AI办公

讯飞 AI会议耳机



- viam AI与DeepSeek双模型快速整理会议纪要，智能问答
- 多种语言同传翻译，无缝交流

会议助手
同传翻译

AI机器人

宇树/Unitree 机器狗



- 人工智能+机器人形态
- GPT大模型加持，智能灵动交流
- 自研硬件与训练，运行稳定性强

AI原生硬件
仿生陪伴

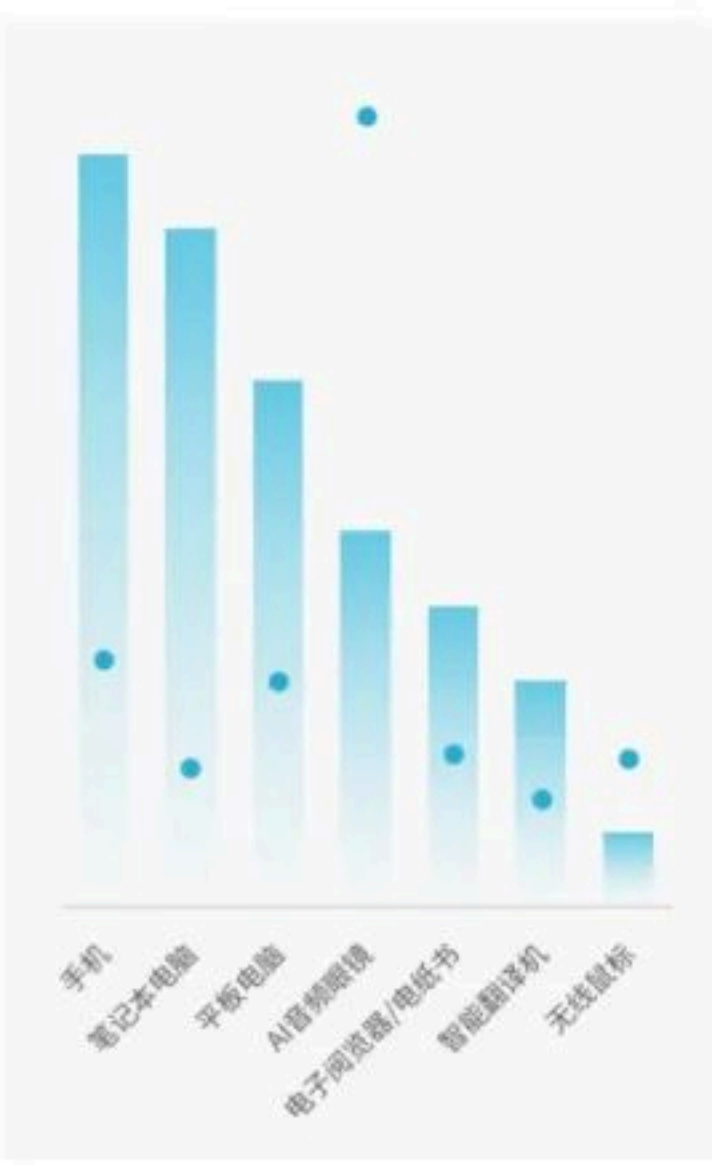
AI智能音箱

Xiaomi 智能音箱Pro



- 智能拟人对话
- AI大模型问答
- 智能家居控制
- AI灵动交互灯效

AI大模型问答
智能互联



“AI生产力提效”
社媒热度持续走高



核心人群：敏锐捕捉新趋技术、热爱尝鲜、注重自我提升的超效能先锋

趋势人群对于新趋技术迭代、新品上市有较高的接受度；整体人群结构偏年轻化，购买力较强。实际使用场景以办公提效为主，如商务沟通、跨语言会议、日常工作分析检索等。



对新品和新技术更易感



买得更果断，一周内快速下单



AI产品当前核心使用场景

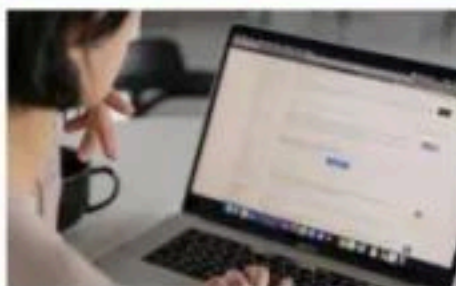


新品上市期，通过线上线下交互场景打造，促进消费者从认知到认同

将「实用价值」与「体验价值」相结合，传递产品卖点的同时加深用户信任。

场景洞察

资料检索



28岁的项目经理小陈

日常中有着高频工作汇报、文本撰写工作，信息检索、工作管理、框架呈现成为「硬性刚需」

创意策划



21岁的广告实习生小李

创意就是把想法和实践结合，以前因为技术限制，好的点子很难自己落地，AI工具的出现使这一门槛大大降低。

商务会议



40岁的产品总监Tom

每天工作有50%以上精力被会议占据，智能办公助手可以帮我提升生产效率。

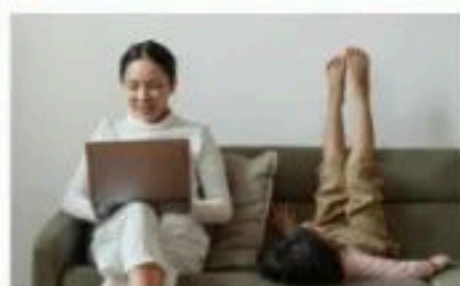
跨语种沟通



32岁的销售市场经理Fiona

工作性质需要时常跨国出差，在小语种国家更自然流畅的交流成为难题

聊天陪伴



35岁的职场妈妈 Doris

事业上升期日常工作繁忙，但孩子的成长教育也不容忽视，如何平衡成为难题

需求洞察

资料查询

信息萃取

高效提炼

创意生成

文字生图

文生视频

会议纪要

日程提醒

文档管理

同声传译

外文润色

精准表达

知识问答

兴趣拓展

情绪满足

营销洞察

产品「实用价值」
解决用户需求

场景「体验营销」
激发用户兴趣

3C数码×AMD「AIGC-中国神兽复兴计划」，打造首个AI沉浸式艺术空间，通过线下POPUP作品展及淘内新品直播秀，扩散AIPC本地式内容生产等核心卖点，活动累计互动人数60W+，活动还带动全月电脑等品类词搜索热度上涨。



AI新效率

电竞美学

灵感大爆发

电子野出

数码时

游戏娱乐市场热度回暖，热门游戏上市带动关联品类销售增长

2024年8月，游戏《黑神话：悟空》一经上市便迅速火爆，带动淘系家用游戏机、笔记本电脑、游戏周边等相关品类增长。另外，随着游戏硬件及周边设备产品革新、性能升级，在持续优化游戏玩家体验的同时，也在为消费市场注入底层推力。

淘系全年游戏相关品类小幅度增长，热门游戏带动家用游戏机、笔记本电脑、游戏手柄等细分类目增速超大盘。

当前淘系平台热门游戏产品及功能卖点

游戏显卡

MSI/微星 显卡



全新架构

超强散热

- 全新的Blackwell架构
- 创新散热设计
- 游戏先锋外观设计

游戏键鼠

ROG/玩家国度 磁轴键盘



电竞利器

瞬间响应

- 8k Hz高回报率
- 自研线性磁轴
- 自定义键程

游戏主机

Backbone 游戏手柄



云游戏

秒变掌机

- 多款云游戏，串流多种游戏平台
- 手机变掌机，兼容多数机型
- 随时随地即插即玩

游戏耳机

雷蛇/Razer 电竞耳机



低延迟

环绕音效

- 宽频带麦克风
- 专业调音配置
- 空间音效运用

电竞游戏产品生意规模及增速



2024年相关场景的社媒话题声量趋势

电竞娱乐

+116%

对比2023



*话题为该主题下TOP20声量关键词

300块的黑悟空30000块的装备

升级装备 电竞桌 游戏搭子

晒晒我的桌面 电脑装机分享

氛围感电竞房

游戏外设 Diy电脑

电竞喜事专用手机

电竞日常 游戏主机配置

雷蛇电竞鼠标

“电竞房布置完毕！显卡性能拉满，配上磁轴键盘，操作丝滑到飞起，装完后，海景房主机亮灯的那一刻，谁懂！”

核心人群：追求极致游戏体验的高净值玩家，乐于为热爱买单

18-24岁年轻玩家作为核心消费群体，追求极致游戏体验、即时满足。男性购买人数占比更高，但女性在核心价位段的购买力也不容小觑。

高能电竞控

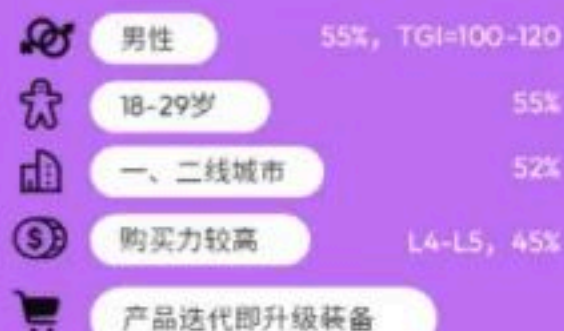
沉浸式体验

游戏追新派

追求极致性能

受调研用户

平均拥有**5.2**个3C数码产品



在意体验，愿为高性能设备花费

愿为游戏数码产品花费更多的主要原因

TOP1 78%

提升游戏性能和体验，追求极致表现

“性能好，游戏才爽，值这个价！”

“画面流畅，音效震撼！”

TOP2 55%

支持自己喜爱的品牌或游戏

“和我喜欢的游戏联名，必须支持！”

“他们家的东西，冲就完了”

TOP3 43%

要独特，展现自我风格

“灯光很酷炫”

“很特别，正合我心意”

女性的“氪金”潜力正逐步释放

过去一年在购买游戏设备上的花费



去年在游戏设备上花费近万元的女性更多
她们更偏爱“移动游戏”



细分场景下，不同游戏玩家表现出消费偏好差异

端游玩家在意设备性能及游戏体验，关注电竞赛事、游戏发新；手游玩家更关注游戏社交体验与个性表达，在意联名设计。



端游

设备是玩家的开局装备，
开局领先一件装备

重点关注设备性能、游戏发新及战队/赛事推荐

性能升级

88 %

TGI=108 (对比手游玩家)

游戏发新

60 %

TGI=106 (对比手游玩家)

战队推荐

42 %

TGI=107(对比手游玩家)



手游

设备是玩家的身份ID，
聚会自带一个搭子

更重个性展现，游戏设备是自己的社交货币

社交分享

40 %

TGI=110 (对比端游玩家)

IP联名

40 %

TGI=109 (对比端游玩家)

产品外观

35 %

TGI=108(对比端游玩家)

跨界赛事

战队合作

IP联名

专属定制



英特尔 IEM
极限大师赛

2024年4月，IEM系列赛事落地成都，16支来自全世界最顶尖的CS2战队展开角逐，最终北美战队FaZe Clan夺冠



BLG X 星纪魅族
AR 电竞秀

此次电竞比赛摒弃了传统显示器，采用了星纪魅族 AR 眼镜 StarV View 作为「显示器」



ROG X VITALITY
战队合作推荐

VITALITY战队在2025年IEM卡托维兹《CS2》锦标赛中夺冠，ROG指定产品为夺冠同款



七彩虹 x 黑神话悟空
RTX 系列显卡

- 定制显卡，首次量产“仿古”工艺
- 4K+DLSS 3技术高帧畅玩



Razer雷蛇 x IP联名
鼠标

- 联名Hello Kitty、酷洛米、帕恰狗IP
- 轻量设计，低延迟无线技术



微软Xbox 无线控制器
炽动秘语特别版

- 红色透明外壳设计，金属感银色内层
- 充满金属质感的红色扳机和方向键

借势全年热点，通过场景合作深化圈层互动，拓展多元消费群体

上半年通过校园赛事提升人群渗透，下半年结合游戏展会、重点赛事合作拓展更多兴趣人群。全年紧扣热点，站内外链接打造成闭环。

上半年

高校赛事



无畏契约高校赛

7-8月

游戏展会



- Bilibili World
- China Joy

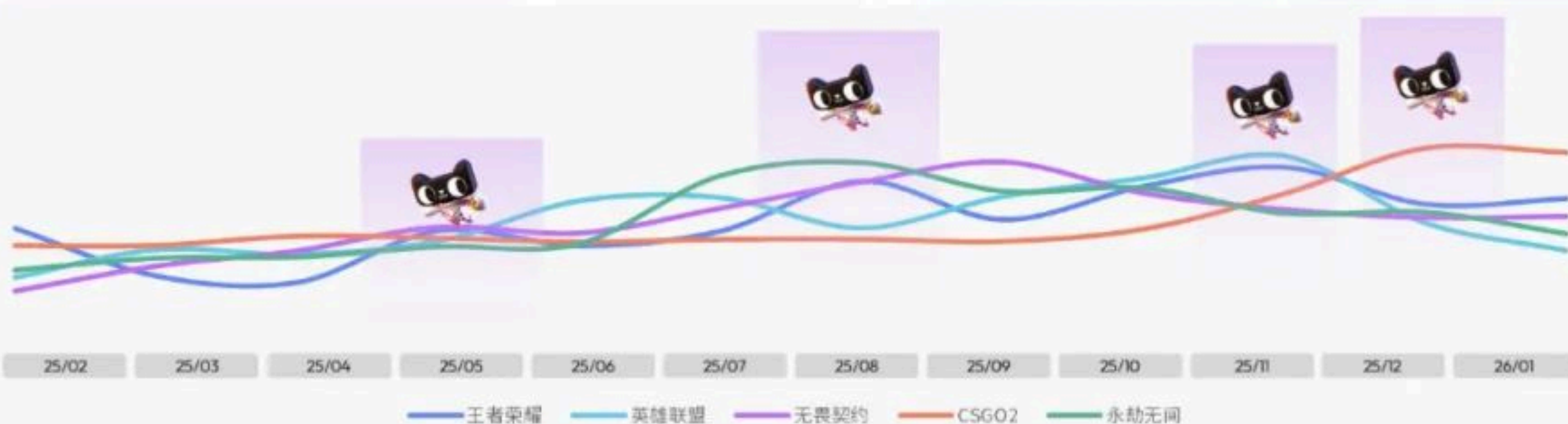
10-11月

英雄联盟年度赛事



12月

王者荣耀年度赛事



2024年8月 天猫x黑神话试玩会

通过打造多城线下试玩会，联合游戏IP、流量KOL、跨界Coser圈层造势，持续放大平台游戏声量，活动期间游戏设备淘内搜索量同比+80%。



2024年4月 天猫x王者荣耀淘宝电竞杯赛事

赛场人流超8万，直播观赛人次多达500万。敖子逸、蒲熠星强势加盟，三次活动突围微博热搜全国榜TOP40。



全民影像风潮，场景的差异化需求拉动相关品类增长

社媒推动影像记录需求持续走高，带动电单微单、拍照手机、运动相机及关联配件类目增长。细分场景随着专业影像技术发展，持续扩容。

风格化拍摄与便捷出片的需求促进了胶卷相机、专业数码相机及专业拍照手机等相关品类增长，细分场景设备需求呈现差异

当前淘系平台热门拍摄产品及功能卖点

人像摄影

富士 相机



高颜值外观 自动对焦

- 高分辨率
- 多种胶片模拟，色彩丰富
- AI智能对焦人脸/人眼识别

便携长焦

Xiaomi 手机



徕卡镜头 浮动长焦

- 徕卡三摄，高速镜头
- 浮动长焦
- 大模型计算摄影平台2.0

全画幅影像

索尼 相机



高分辨率 高像素

- 高感光，高精度色彩低噪点
- 支持全画幅
- 视频录制

高空影像

大疆 航拍机



智能跟拍 定向跟拍

- 低空跟拍
- 人像一键美颜
- 高空航拍

运动记录

影石 拇指相机



轻巧便携 防抖科技

- 轻巧便携，拇指大小
- 解放双手的第一人称视角
- 长续航电池

Vlog影像

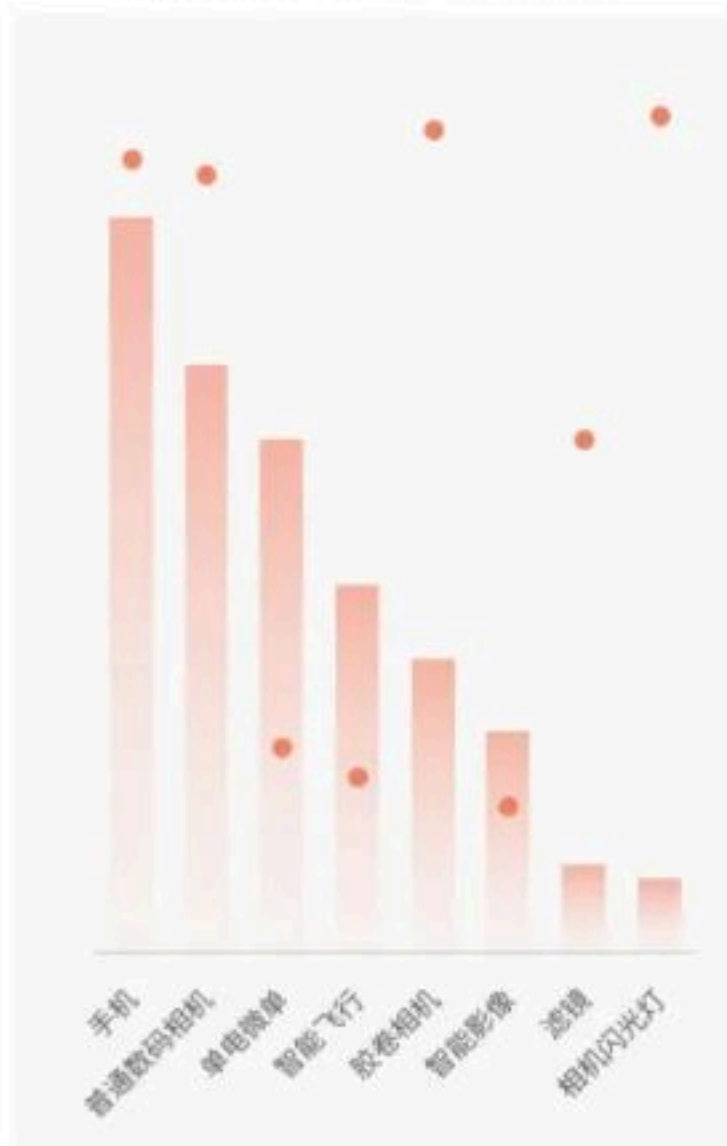
大疆 手持相机



迷你机身 C位跟拍

- 1英寸影像传感器，可呈现日间夜景光影细节
- 旋转屏，横拍竖拍皆宜
- 三轴增稳，防止画面抖动

摄影数码产品生意规模及增速



社媒话题助推摄影的个性化需求为影像消费市场带来新增长点

2024年相关场景的社媒话题声量趋势

摄影记录

+ 150 %

对比2023



*话题为该主题下TOP20声量关键词

多巴胺摄影 摄影约拍
拯救废片 人生照片
复古ccd 胶片写真
梦核滤镜 富士直出
拍出氛围感 人像摄影
一张封神 我拍到的治愈画面
调色教程 生命力拍照 手机拍摄花絮
年度照片

“再也拍不出第二张的人生照片，在海边抓拍那一瞬间，定格永恒”

核心人群：活跃在高线城市、追求品质、热爱记录生活的光影捕梦手

年轻及高购买力是典型人群特征，专业数码相机党圈层粘性强，在使用场景中也同样关注续航、便携等关键功能点。



光影捕梦手

拍摄技巧练习生

滤镜调参专家

vlog创作

受调研用户

平均拥有**5.2**个3C数码产品

女性 70%，TGI=120-140

18-29岁 57%

一、二线城市 53%

购买力高 L4-L5, 56%

关心个人形象与情绪氛围，热爱记录生活

专业圈层粘性强，买得更贵且多



23个类目购买渗透第一

*共30个类目

四分之三的
相机玩家
未来一年内有购机计划



拥有**无人机、拍立得、微单**的用户
未来一年更可能会**购新机**



无人机用户
TGI=127



拍立得用户
TGI=126



微单用户
TGI=125

“无人机俯拍视角，拍得稳，还能自动避障，很适合户外和旅行”

“拍立得能即时出片，还能贴在日记本上，很有仪式感”

“新机对焦快，画质高，镜头也多，出门拍照更方便！”

无论手机还是相机，记录生活是主要目的

购买影像设备的主要原因

手机
拍摄用户



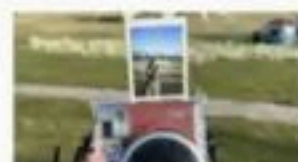
88%

相机
拍摄用户



87%

记录日常



朋友聚会
旅行
拍萌宠
活动纪念

画质、续航及便携性是主要关注

选择摄影产品时的主要考虑因素



高清画质
75%



长续航
60%



轻量化设计
53%

聚焦三大场景，结合主题送礼/演唱会出行/假期出游，拓展消费心智

人像摄影主推节日送礼（如春节、情人节），长焦摄影锁定8-9月演唱会旺季，专业摄影结合运动季及出游（如五一、国庆）。

拍照摄影在社媒的全年话题热度分布



人像摄影场景

关注全年节日送礼节点

38女神节

浪漫七夕

- 大光圈人像特写
- 滤镜美颜直出
- 高像素还原细节
- 低光夜景人像

520表白季

跨年记录

浪漫七夕

春节全家福

长焦摄影场景

关注8-9月演唱会/影像节出行高峰

明星演唱会

户外音乐节

影像节



- 超长焦镜头
- 高感光能力
- 光学防抖
- 轻量便携

专业摄影场景

关注户外运动及假期出游

春季踏青季

十一黄金周

五一小长假

秋冬街拍

夏日暑假

冬季寒假

- 广角全景拍摄
- 高速运动抓拍
- 大容量长续航
- 防水防尘防摔

消费者对健康生活及情绪体验的追求，驱动户外场景下相关数码品类增长

更多的数码产品从功能出发，结合细分场景提升户外活动的安全性、舒适性、可玩性。“数码搭子”成户外爱好者出行中不可少的部分，且这一趋势已由泛兴趣场景延展至更多细分的专业运动场景。

智能手表、智能手环、运动耳机及相机等品类实现两位数增长 户外场景中，产品的长续航、便携性及安全保障功能受到关注

当前淘系平台热门户外数码产品及功能卖点

运动耳机

SHOKZ/韶音 运动耳机



佩戴稳固 抗汗抗雨

- 海豚弧耳挂，大小耳皆兼容
- IP55级抗汗防雨，长续航
- 数十分钟快速充电

户外充电设备

EcoFlow/正浩 便携快充电源



露营必备 闪电快充

- 闪电快充
- 磷酸铁锂电芯，安全耐用
- 灵感静音，手机监控用电情况

运动手表

Garmin/佳明 户外运动手表



48天续航 精准定位

- 太阳能科技，户外长时间续航
- 科学化追踪，了解体能情况
- 精准卫星定位，即时分享活动路线和重要位置

便携音箱

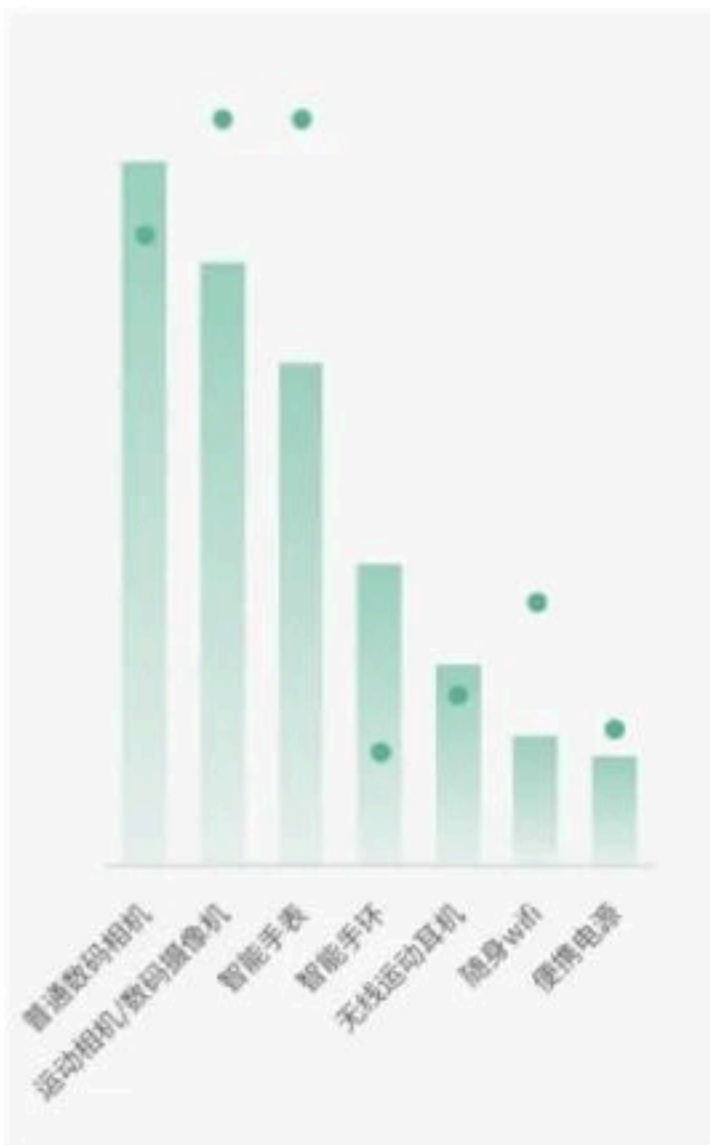
Bose 蓝牙音箱



小巧身材 持久续航

- 持久续航，无需插电
- 身材小巧，支持双机并联
- 金属流畅外观，时尚优雅

户外数码产品生意规模及增速



社媒热度持续增长 呈兴趣圈层细分趋势

2024年相关场景的社媒话题声量趋势

#户外出行

+114%

同比2023



*话题为该主题下TOP20声量关键词

户外爱好者必备神器

新手露营 每周一山

徒步装备夏季 露营枕头 带着相机去旅行

户外穿搭 户外拍摄 手机云台

独自旅行在路上也在心上 人生第一座雪山

户外搭子 爬山拍照

高铁出行 公路旅行

“听歌不掉，轨迹定位精准，安全感拉满！戴着运动耳机和手表，一个人进山也不慌”

核心人群：爱好轻量化出行，看重专业测评的户外机能侠

随着户外运动的兴起，门槛较低的城市轻运动如城市漫步、跑步、骑行、登山成为大众主流选择，尤其受到女性和休闲型爱好者的青睐。与此同时，男性用户及户外高频爱好者更倾向富有挑战性的运动，如滑雪、冲浪等。专业测评与社媒用户口碑，是影响购买决策的关键因素。



户外
机能侠

户外轻探险

脚步丈量世界

注重产品测评

受调研用户
平均拥有**5.5**个3C数码产品

- 男性 49%，TGI=100-120
- 25-39岁 55%
- 一、二线城市 48%
- 购买力较高 L4-L5，42%
- 户外及健康生活类目敏感

城市轻量化户外活动占主流
骑行、登山是数码用户最爱的两大专业户外场景



男性偏硬核，女性偏生活
不同户外活动对产品功能要求有差异

高频户外活动人群
(每周4次以上)

男性，46%
TGI=124

滑雪

TGI=152



体征检测

水上活动

TGI=146



专业防水

登山

TGI=135



轻量便携

中频户外活动人群
(每周1-3次)

女性，59%
TGI=99

骑行

TGI=120



音乐陪伴

徒步

TGI=106



信号不间断

社媒平台的专业测评及用户口碑
更影响其购买决策

影响产品购买决策的主要因素

43%

专业测评

参考科技媒体或专业评测



38%

用户口碑

受社媒用户口碑、使用体验反馈的影响



户外出行热度随季节波动，出行类数码产品可分季运营，精准触达

户外出行圈层细分趋势明显，受到圈层文化、季节性等因素影响，需根据更加细分的场景需求做精准营销洞察。通过场景需求洞察、人货关系匹配、营销兴趣激发，加深产品在圈层中消费者认知的同时，也为销售转化积累势能。

春季（3-5月）

室外休闲、徒步、骑行

智能手环

便携音箱

便携投影

Keep智能手环
每日训练指导漫步者蓝牙音箱
便携设计 防水防尘小米 Pico 3 SE 投影仪
便携易用

夏季（6-8月）

游泳、冲浪、潜水

防水耳机

便携电源

手持风扇

防水蓝牙耳机
防水 音质好便携电源
大功率手持风扇
超高速风 节能

秋季（9-11月）

登山、跑步

专业运动手表

手持云台

运动耳机

佳明跑步手表
跑步公里计算DJI Osmo
便携 智能跟随运动耳机
健身跑步入门

冬季（12-次年1月）

滑雪

运动相机

飞行相机

存储卡

GoPro
13倍速拍 运动动作哈啰飞行相机
全地形飞行存储卡
128G 4K拍摄

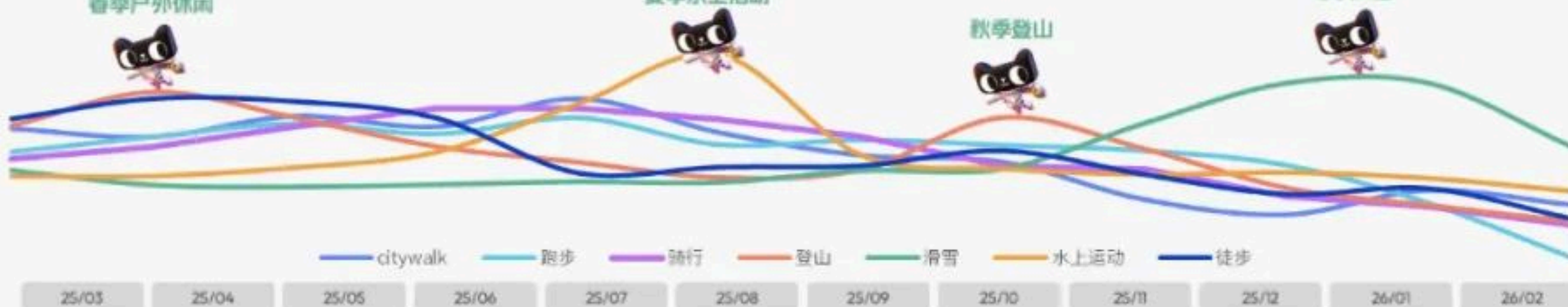
户外运动在社媒的话题声量

春季户外休闲

夏季水上活动

秋季登山

冬季滑雪



2024年8月 韶音百人户外野跑

韶音携手代言人李现打造自制IP赛事，以运动嘉年华承载新品发布，通过专业运动、大众破圈等维度继续拓宽营销路径。



莫干山越野跑



代言人新品发布

2024年7月 天猫首届智趣野人节

天猫联合超级猩猩&租门及10+合作品牌（索尼/小米/三星/小天才等）打造明星教练瑜伽、环湖竞走、夏日市集等多项室外互动活动，吸引2W+运动爱好者线下互动体验。



从头部到腕间，穿戴数码产品受个性消费及流行趋势驱动，迎来增长机会

以高颜值智能手表、智能眼镜、蓝牙耳机为代表的时尚数码产品，正成为技术与美学融合的典型范例。这些产品在色彩、材质、舒适度和触感设计上持续优化，不仅满足了消费者个性化和高品质的需求，也为产品带来了更多的人群渗透机会。

智能眼镜、蓝牙耳机、手机保护壳等相关类目通过外观及功能创新，升级消费者使用体验，带来**功能**及**情感**双重价值满足，也为品类开辟新的增长空间

数码**可穿戴**产品以**创意外观**设计在社媒中获得关注及讨论

当前淘系平台热门时尚数码产品及功能卖点

耳夹式耳机

Bose 开放式耳机



耳夹造型

多彩配色

- 耳夹造型，轻松上耳
- 多彩配色，为时尚造型加分
- 轻盈的佩戴感，灵活稳固

AR/XR设备

雷鸟 智能AR眼镜



口袋电视

佩戴舒适

- 轻巧便携，放入口袋
- 适配亚洲人眼距
- 高频护眼调光

数码配件

CASETiFY 手机壳



明星同款

时尚IP

- 艺术/IP家合作，明星同款
- 触觉波漾设计
- 环保物料

智能手表

HONOR/荣耀 智能手表

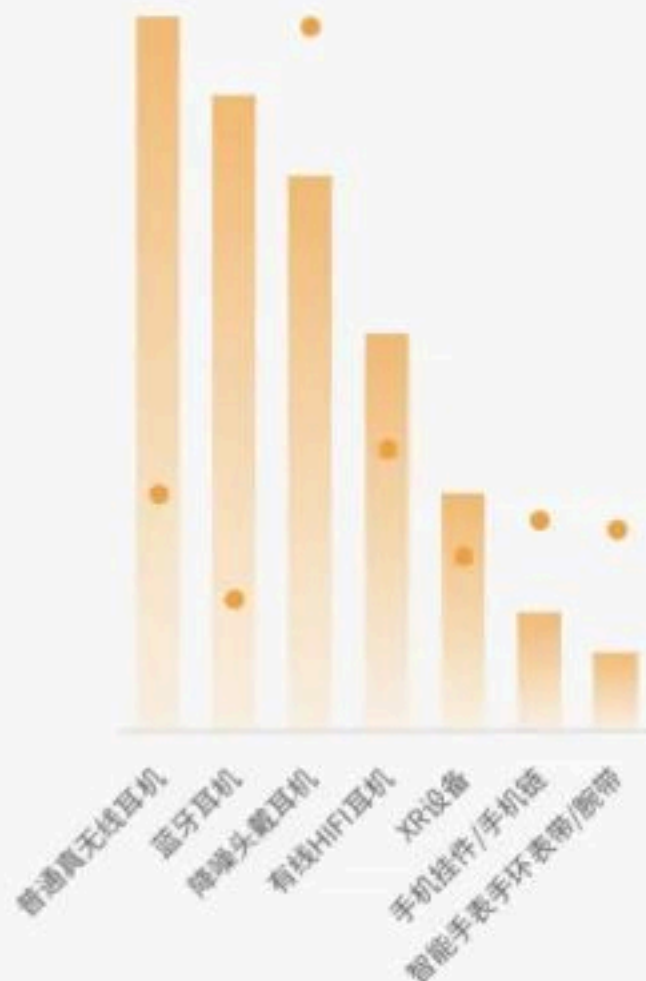


表盘主题

造型设计

- 真金镀层设计，真皮表带，精钢锻造，经典腕表造型
- 心脏健康守护，全面健康管理

时尚数码品类生意规模及增速



2024年相关场景的社媒话题声量趋势

电子穿搭

+124 %

对比2023



*话题为该主题下TOP20声量关键词

有趣的设计 幸福感好物 书桌好物
科技改变生活
 高颜值耳机 E长眼主义 表盘 Fit穿搭
 电养青年 表带 表带
 礼物开箱 动动戒指就翻页
 实用礼物 **压力监测**
 氛围灯

“新入的奶油白手机壳配珍珠挂链绝了，开放式耳机的颜值也很在线，出门在路上直接被问链接”

核心人群：追求个性品味、爱科技也爱穿搭，愿为情绪价值解囊的潮电新势力

3C时尚数码爱好者在消费时不仅注重功能，还深受社交平台 and 情感价值的影响，注重产品设计、外观及IP联名，愿意为小众品牌和独特设计增加预算。TA们通过社交平台获取信息，追求仪式感，消费决策受情感和口碑驱动。



潮电
新势力

数码OOTD

疗愈星人

小众设计鉴赏家

受调研用户平均拥有**4.9**个3C数码产品，**3.9**个数码时尚单品

- 女性 67%，TGI=120-140
- 18-29岁 40%
- 一、二线城市 52%
- 购买力高 L4-L5, 51%
- 偏好满足情绪价值与彰显个性的产品

除了实用功能， 数码也能提升幸福感

Q：数码产品对你来说意味着什么？



“功能实用，颜值在线，每天都有种被科技温柔照顾的感觉”

时尚外观、IP/艺术家联名及独特设计 会让TA们考虑增加预算

外观时尚
彰显自我风格
69%

自己喜爱的
IP联名
22%

艺术家联名
独有设计
9%

绝大多数愿意尝试新兴或小众品牌

9成以上愿意尝试非知名品牌的电子产品



非常愿意
42%

“小众品牌的设计够酷，撞款概率低，刷到开箱视频就会心动下单！”

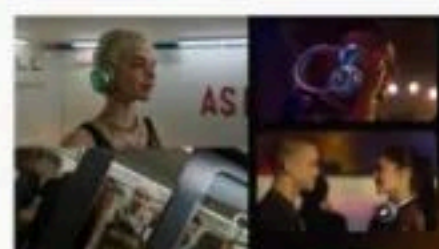
“如果测评博主说性能不输大牌，价格还便宜30%，当然愿意尝鲜啊”



愿意
42%



Togi. 《让人开心》
爱心支架手机壳



Morrorart ART VWS
独创显示屏蓝牙耳机

结合当下流行趋势，打造“风格化数码产品”吸引细分兴趣人群

穿搭潮流中的廓形、色彩与质地元素，正悄然渗透数码领域，重塑电子产品的造型美学与质感表达，引领数码时尚化新趋势。

数码产品可围绕复古、科技、极简、艺术、户外五大潮流趋势，推出艺术联名款、场景化套装、数码穿搭单品，强化时尚属性，吸引潮流人群。



2024年3月 天猫×时尚芭莎 巴黎数码时装大秀

联合Intel、华为、三星、iQOO、索尼、Xreal等品牌共同发布行业6大前沿趋势。



2025年3月 天猫×空山基 点亮科技趋势星球

3C数码行业联合天猫小黑盒，借势空山基IP在上海CityWalk红门热点-西岸渡口打造科技趋势超级快闪。



2025 3C数码五大场景机会小结

核心
人群

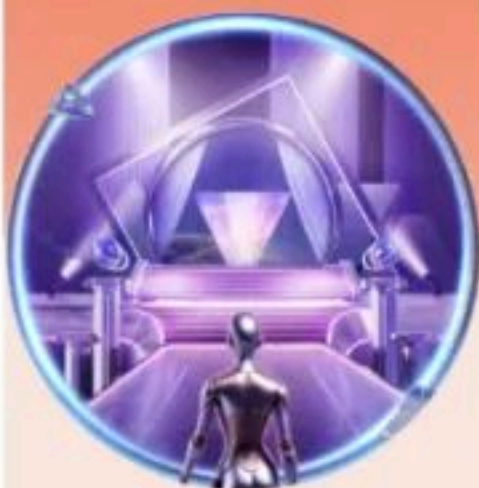
#AI新效派

新趋技术党
效能新职人

#电竞美学家

电竞发烧友
互动体验派

#灵感大镜界

专业摄影圈
大众记录者

#电子野出趣

户外高频客
城市轻量族

#数码时髦精

色彩敏感人群
风格化穿搭爱好者趋势
场景商务会议、知识检索、
跨语种沟通、创意生产、
聊天陪伴电竞赛事、联名合作、
游戏发新、主播推荐节日送礼、演唱会出行、
户外假期出游城市CITYWALK
跑步、骑行、登山、露营科技、极简、
艺术、机能风穿搭场景运营
策略新品上市营销
+
体验式营销拓展认知游戏分类运营
+
赛事热点营销专业设备拓展
+
细分场景渗透专业圈层深耕
+
节点主题匹配风格化主题分类
+
兴趣内容共振

03 聚力同行 共启新程

天猫3C数码趋势营销解决方案



全链路经营协同，线上线下引爆五大趋势

人群经营

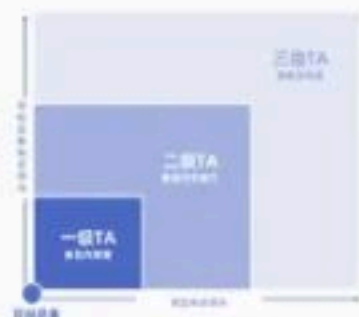
趋势人群共建

人群定义
人群标签
人群工具



趋势人群应用

定制化沟通
投放方法论
人群激励政策



专题研究/人群共创

供给经营

发现趋势、放大趋势、引爆趋势

高增趋势洞察

淘内搜索热词
社媒话题趋势
消费趋势报告

场域联动孵化

搜推场域结合
榜单清单助推
行业趋势会场

货品机制助推

首销-超级新品
(手淘战略资源)
续销-超级单品
(大促核心资源)



趋势新品孵化机制

场域经营

心智牵引，趋势种草

线上线下
趋势事件打造

AI/游戏/出行/影像/
时尚媒体
及IP跨界合作

兴趣场景
专题内容种草

场域联动，成交闭环

全年15+大促
20+主题营销

搜推、榜单、会场
淘系全域导购流量

站内逛逛内容
引导加收

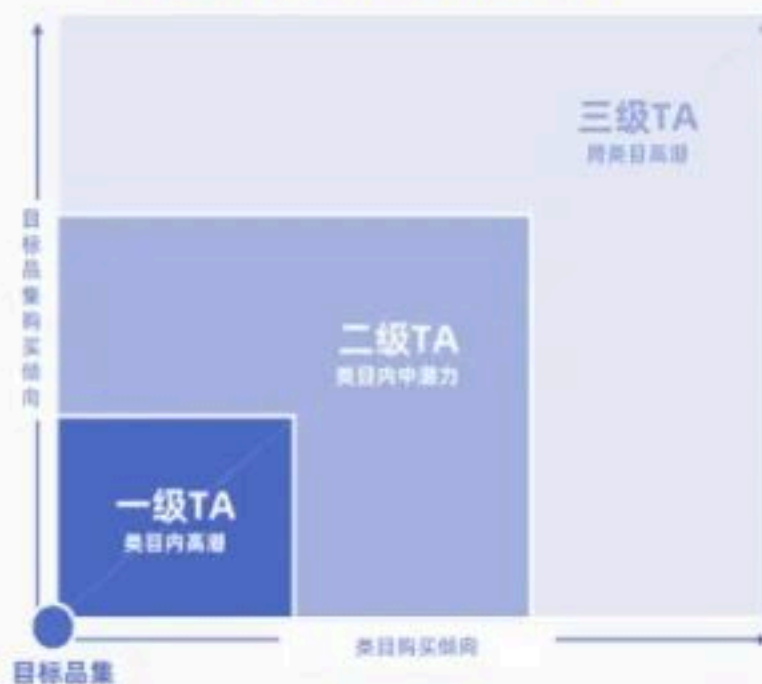
人群经营：全域精准引流纳新，多场景触达行业新客，提升用户转化效率

精准找人
锚定关键TA

科学投放
定制化沟通

多方共建
全链路运营

基于行业趋势人群深度划分TA



通过趋势场景定义及消费者行为偏好，锚定核心三级TA。
(一级TA为核心高潜，兴趣浓度及转化倾向最强；三级TA人群基数更大，消费偏好不强，更有利于种草拉新)

广告投放+人群回流

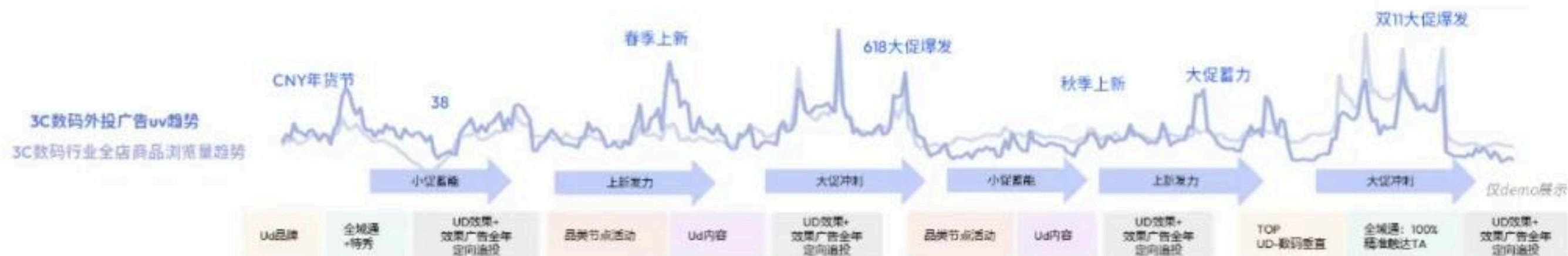


精准触达/导购转化



趋势人群运营节奏

1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月



场域经营：从种草到拔草，淘内外衔接实现一体化闭环

站外种草 心智养成

内容平台

星任务

回淘承接

种草人群沉淀

种草

转化

淘内外闭环收割

站内直播&内容场域 加速转化

品牌店播

达人直播

逛逛种草

场域合作

兴趣种草

兴趣类/导购类型为主

达人类型丰富 + 内容观感佳 + 价值信息足



种草内容 前置蓄水



场域串联

回淘承接/沉淀转化

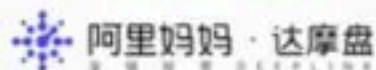


回淘数据 实时监控



引流活动后台

人群流转监测



店播

主播讲解
+
场景打造
AI助力

闪降/闪增
加码

超直/短直
延续

加码

蓄水期

商品直播间打爆链路



达播

达播范围

KA达人
垂类达人
官方直播

深度合作

赏金任务
保比合作
+
坑位锁定
日均**百余**场数码
直播间同时在线

达播合作模式

达人内容

用户视角种草



BIG DAY

好物体验

CPS纯佣

海量逛逛达人
(举例)

内容曝光场域
(举例)

供给经营：从洞察到引爆，全生命周期促进趋势商品成交

发现趋势
话题单品阶段

放大趋势
趋势新品阶段

引爆趋势
超级新品/超级单品阶段

高增趋势洞察

从“人”到“货”深层洞察趋势



淘内搜索热词
社媒话题趋势

趋势供给挖掘

趋势新品提报

行业精选趋势赛道



趋势赛道共建

消费趋势数智报告/商家沙龙交流



场域联动孵化

专属通道助力趋势成长

推荐透标、搜索底纹



趋势热搜

趋势必买清单

趋势主题会场



新品机制助推

战略资源助力头部趋势品成交

首页/淘宝二楼等战略资源

高净值频道合作

新媒体及PR宣发

行业新品返佣激励

UD品牌/效果激励

....

超单资源激励

大促核心资源加码助推续销

大促期搜索激励

全链路氛围透标

大促超单会场

新媒体及PR宣发

站外媒介外投

....

五大趋势全年深度贯穿，多维共建推动趋势增长

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月					
		春节 团圆	开工 节日	趋势 上新	超来电	出游 618	618	暑期	88 七夕	开学 焕新	出游 双11	双11	圣诞 元旦					
五大趋势	AI新效派	科技 玩新年 ALL	开学 焕装备 ALL	AI上芯季	踏青出游 数码企划	AI芯境界	618特别 合作ALL	BW嘉 年华	七夕礼遇 CP企划	AI芯境界	英雄联盟 赛事	双11特别合作 ALL	AI上芯季					
	电竞美学家			游戏桌搭展						KPL赛事								
	电子野出趣	飞猪x 携程 出游		科技趋势发布 ALL		520 礼遇 CP企划		七夕礼遇 CP企划		新机新配件 联合营销	故宫影像展		新年出游 企划					
	数码时髦精																	
	灵感大镜界																	

以上节奏仅供参考，具体以实际执行为准

趋势营销

跨界合作

科技时尚媒体、艺术联名、户外音乐节、影像展会、游戏赛事

内容种草

专业大咖、KOL、UGC、PGC

主题营销

围绕AI/电竞/出行/影像/时尚5大趋势专场组织

Top Brand 天猫大牌日

天猫超来电

天猫小黑盒·新人类

天猫超级品类日 品牌主 品牌焕新

大学生无限派对

趋势清单/榜单

直播专场/逛逛BIGDAY